



DOSSIER RC AUTO



ANIA PARLA VITTORIO VERDONE: IN ITALIA INCIDENTALITÀ SUPERIORE ALLA MEDIA EUROPEA. QUINDI POLIZZE PIÙ CARE

Stop ai furbetti del crash

La crisi dell'Rc auto c'è e non è cosa da poco. Dopo l'allarme lanciato da Fabio Cerchiai, presidente dell'Ania, l'Associazione nazionale imprese assicuratrici («i margini si stanno riducendo e il 2008 è l'ultimo anno con i conti in equilibrio»), Vittorio Verdone, direttore auto, distribuzione e consumatori di Ania, conferma la sofferenza del comparto: «Abbiamo un termometro che misura con precisione l'andamento tecnico: *il combined ratio*». Per i profani, si tratta dell'indicatore che misura lo stato di salute dei vari rami assicurativi. Nel caso Rc auto, il rapporto tra i premi raccolti e il totale di tutti i costi che affronta la compagnia: risarcimento danni o *loss ratio* più spese generali o *expense ratio*. «Quando questo rapporto è superiore a cento, il trend è negativo», chiarisce Verdone, «ed è quanto, a livello di media di mercato, sta accadendo oggi».

Domanda. Quali numeri avete in mano?

Risposta. Al momento, per il 2008, abbiamo solo dati preliminari. Considerato, però, che nel primo semestre il risultato positivo del conto tecnico (che include anche gli utili) è sceso al 2,9%, è probabile che nel secondo semestre arriverà intorno all'1%. Anche se si tratta solo di una proiezione, è verosimile che torneremo ai livelli del 2002.

D. Nel 2002 il conto tecnico era allo 0,8%. Poi, per tre anni, c'è stata una crescita considerevole (4,9% nel 2003; 7,2% nel 2004; 8,2% nel 2005), seguita da una leggera flessione (6,8% nel 2006 e 5% nel 2007). Quali fattori hanno contribuito al crollo del 2008?

R. Intanto c'è stata una riduzione nella raccolta, che chiuderà con un segno meno: su 45 milioni di veicoli circolanti, di cui 33



DOSSIER

RC AUTO

milioni di auto e sette di due ruote, si stimano 17.700 milioni in premi contro i 18.240 del 2007 (-3,5%). A fronte di ciò, i costi complessivi dei sinistri sono rimasti pressoché stabili. Sebbene nel primo semestre 2008 il risarcimento medio si sia ridotto dell'1,8% (3.769 euro contro i 3.839 dello stesso periodo del 2007), c'è stato un aumento di sinistri (+2,7%). Risultato: il loro costo complessivo è salito dell'1% (6.040 milioni di euro nel primo semestre 2008 contro i 5.987 dell'anno precedente). Fino al 2007, pur con utili piuttosto modesti (5%), il business era stato profittevole. Ora non è così: non in questa fase.

D. Quanto ha pesato la crisi dei mercati finanziari?

R. Sebbene la politica d'investimento delle compagnie sia prudentiale (il 90% in titoli di Stato e obbligazioni e solo l'8% in azioni, ndr), in periodi in cui la finanza va male anche l'apporto fornito alla gestione tecnica diminuisce. Mancando questo, le assicurazioni devono concentrarsi sui costi di gestione e di risarcimento. Peccato, però, come ho detto, che questi siano aumentati.

D. Quale strada suggerisce l'Ania per uscire dall'impasse?

R. Per arrivare a soddisfare sia le esigenze di business sia quelle della collettività occorre diminuire il numero dei sinistri, che in Italia è sopra la media Ue (7%), con una frequenza dell'8,65% contro il 4,8% della Francia. C'è poi un'anomalia tutta italiana: ogni cento incidenti, 21 registrano almeno un danno alla persona, contro una media europea del 10%. È il malcostume dei piccoli danni fisici, i cui esiti vengono sistematicamente esagerati (come l'immane colpo di frusta, ndr). Anche se resta il fenomeno obiettivo dell'eccessiva incidentalità.

D. Ania che cosa propone?

R. Intanto bisogna agire sulla cultura della sicurezza, che manca totalmente, e vanno aumentati i controlli da parte delle Forze dell'ordine, che in Italia, su alcol e droga, sono dieci volte inferiori rispetto alla Francia. Immagino per ragioni di budget. C'è poi una scarsa percezione del rischio, oltre all'utilizzo del

Vittorio Verdone,
direttore auto,
distribuzione
e consumatori
dell'Ania



mezzo in maniera sbagliata o l'uso del cellulare al volante e, nel Sud come nei piccoli centri, lo scarso utilizzo del casco sulle due ruote.

D. Ovviamente si tratta di politiche che spettano al governo, al quale, tra l'altro, Ania chiede anche l'abrogazione del decreto Bersani. Perché?

R. Una norma all'interno del secondo decreto Bersani stabilisce sostanzialmente che per i nuovi veicoli da assicurare il bonus-malus non è più connesso alla storia assicurativa reale (sinistrosità), bensì commisurato al miglior prezzo di un parente precedentemente assicurato. Di fatto è uno specchietto per le allodole che, per presunte ragioni di equità, obbliga le compagnie a fare uno sconto, ma anche a rincarare altrove. L'altra norma controproducente, sul fronte costi, è il divieto di esclusiva nella distribuzione dei contratti danni, che ancora qualcuno si ostina a chiamare liberalizzazione, non percependone gli effetti esattamente opposti: l'aumento dei prezzi cui conduce.

D. Ed ecco la nota dolente: il caro-assicurazione. Perché le nostre tariffe sono tra le più esose d'Europa?

R. Guardi, intanto il caro-assicurazione è ormai una leggenda metropolitana. Negli ultimi quattro anni la riduzione del premio medio è stata del 10%, anche in ragione di una forte concorrenza.

D. Però restiamo al di sopra della media europea.

R. Il problema è sempre lo stesso: gli italiani fanno troppi incidenti, quindi i costi lievitano. Certo che a Berlino l'Rc auto

LA TOP TEN DEL RAMO AUTO

TOTALE RAMO	PREMI	VAR. 06/07	QUOTA %
1 Gruppo Fondiaria-Sai	4.190.571	-3,7	23,02
2 Gruppo Generali	2.910.954	+1,1	15,99
3 Gruppo Allianz S.p.a.	2.691.522	-5,1	14,78
4 Gruppo Unipol	2.252.070	+4,3	12,37
5 Gruppo Cattolica	858.415	-9,2	4,71
6 Gruppo Reale Mutua	788.611	+3,2	4,33
7 Gruppo Axa	739.295	+6,5	4,06
8 Groupama	708.562	+0,5	3,89
9 Gruppo Zurich Italia	679.350	-6,0	3,73
10 Gruppo Sara	526.454	-7,6	2,89
QUOTA DI MERCATO DEI PRIMI DIECI GRUPPI			89,77

I primi dieci gruppi per raccolta premi nel 2007 (dati Ania)

per una macchina di grossa cilindrata costa meno di quella per un'utilitaria a Roma. Però a Berlino c'è quasi il 25% di incidenti in meno e il costo dei risarcimenti è inferiore del 5%.

D. La scatola nera, sperimentata e già messa sul mercato da alcune compagnie, potrebbe essere un modo per abbattere i costi?

R. È senz'altro una tecnologia con molti vantaggi, primo tra tutti la sicurezza per l'automobilista, poiché è collegata con centrali che segnalano in tempo reale l'avvenuto incidente. E poi sì, abbatte i costi di assicurazione. Per esempio, registrando i dati, smaschera eventuali frodi.

D. Anche in questo gli italiani sono campioni d'Europa?

R. I dati ufficiali dicono che il 2,5% di incidenti denunciati in realtà non è mai avvenuto. Ma è una percentuale sottostimata, perché si riferisce solo alle frodi scoperte. Di qui un'altra misura richiesta dall'Ania: costituire un'agenzia antifrode pubblica che possa effettuare analisi investigative in tal senso, come già accade in Gran Bretagna e in Francia.

D. Qual è l'ostacolo alla nascita di un organismo del genere?

R. Un'eccessiva tutela della privacy, che secondo noi in questo caso è fuori luogo, visto che la frode è un reato penale. È un pec-

cato: la nostra tecnologia informatica avrebbe tutti gli strumenti per farlo con successo.

D. A proposito di tecnologia, come va il fenomeno delle assicurazioni on line?

R. Il web ha avuto un momento di affermazione, poi una piccola battuta d'arresto. Complessivamente la vendita diretta (on line + telefono) copre il 4,7% del mercato Rc auto (in aumento nei primi mesi del 2008), perché anche in questo l'Italia è particolare: il cittadino ha ancora bisogno del contatto umano. Certo ci sarà ancora un'evoluzione, soprattutto legata alle nuove generazioni. La vendita diretta ha vantaggi per la compagnia sui costi distributivi, che però sono compensati dagli investimenti pubblicitari. In ogni caso la competizione è molto accesa. Anche questa è una prova della grande concorrenza che esiste in Italia.

D. Proprio in questi giorni l'Ania sta raccogliendo i dati definitivi 2008. Ci saranno sorprese, per esempio uno stravolgimento nella top ten dei big player?

R. Riteniamo di no. Quanto a ripartizione del mercato, i leader resteranno leader. Qualcuno, magari, con una raccolta minore. Il che non è sempre un indice negativo: alla fine quello che conta è il *combined ratio*.
Anna Sartorio